

БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ БЕЛОРУССКИХ СТУДЕНТОВ

Н. В. Король

В статье раскрываются различные подходы к понятию «ценность» в отечественной и зарубежной психологии, анализируются результаты исследования базовых ценностей современных белорусских студентов. Описываются наиболее и наименее значимые для студентов терминальные, инструментальные ценности и мотивационные типы.

Ключевые слова: *базовые ценности, терминальные ценности, инструментальные ценности, мотивационные типы ценностей, студенты.*

Современную ситуацию в нашем обществе можно охарактеризовать как состояние своеобразного идейно-мировоззренческого вакуума, связанное с тем, что одни социальные нормы и ценности перестали действовать и ушли

в прошлое, а другие еще не успели сформироваться [1]. Последние десятилетия в нашей стране, насыщенные реформами и кризисами, показали противоречивые изменения во всех сферах жизни. Формирование новой системы ценностей сопровождается критическим осмыслением старых, присущих обществу социалистического типа ценностей, вплоть до полного их отрицания. К сожалению, такой подход часто приводит к отрицанию опыта предшествующего поколения [2]. Духовная жизнь молодежи Беларуси характеризуется сегодня сложной динамикой перемен. В активную взрослую жизнь вступают люди с иным, нежели «взрослые» поколения, видением жизни, отношением к окружающим и к обществу в целом. Исследования дают основание утверждать, что в современной Беларуси постепенно изменяются традиционные жизненные ценности [3]. Это происходит неравномерно и непоследовательно, поэтому становится актуальной задача изучения жизненных ценностей – ориентиров жизни и поведения – современной молодежи как особой демографической группы общества, без чего невозможно понимание и управление процессами общественного развития. Цель данного исследования – изучение базовых ценностей современных белорусских студентов.

Единого определения понятия «ценность» не существует как в отечественной, так и в зарубежной психологии. В отечественной психологии ценность рассматривается как 1) предмет, имеющий пользу и способный удовлетворить ту или иную потребность человека; 2) идеал; 3) норма; 4) значимость чего-либо вообще для человека или социальной группы. Все эти понимания отражают определенную, реальную сторону ценностей, и их надо рассматривать не как взаимоисключающие, а как взаимодополняющие общую концепцию ценностей. Они имеют разные основания и связаны с разными субъектами ценностного отношения [4].

Согласно С. Л. Рубинштейну, ценности производны от соотношения мира и человека, выражая то, что в мире, включая и то, что создает человек в процессе истории, то, что значимо для человека. Ценность – это значимость для человека чего-то в мире. А. Н. Леонтьев считал, что ценности, сложившиеся в культуре, только тогда будут действенными для человека, когда обретут для него личностный смысл [5]. Ценности – то, что наиболее желательно, эмоционально привлекательно, что способно описать идеальное состояние бытия людей. Ценность проявляется в виде идеалов и жизненных целей, направляющих активность субъекта. Б. Г. Ананьев понимал ценности как базальные, первичные свойства личности, определяющие мотивы поведения и формирующие склонности и характер [6]. Б. С. Братусь определяет личностные ценности как осознанные и принятые человеком общие смыслы его жизни [7]. По Е. А. Климову ценности не существуют вне отношения субъект – объект. Ценность не признак объекта, а характеристика субъекта в его среде [8]. М. И. Бобновой ценности определяются как транс-

ситуативные цели: конечные («терминальные»), которые служат как цели, «инструментальные», которые служат как средство, т. е. выражают интересы (индивидуальные, коллективные или те и другие) [9].

Таким образом, ценности – это обобщенные цели и средства их достижения, играющие роль фундаментальных норм. Они обеспечивают интеграцию общества, помогая индивидам осуществлять социально одобряемый выбор своего поведения в жизненно значимых ситуациях. Особенность ценностей заключается в том, что разные, а иногда и противоположные ценности, могут сочетаться в сознании одного человека. Каждый индивид соотносит себя не с одной ценностью, а с какой-то их комбинацией. Ценности выступают важнейшим фактором, регулирующим и детерминирующим поведение личности.

В западной социальной психологии существует много разногласий относительно того, что такое ценность. Ученые определяют ценности как принципы (Ф. Клакхон, Ф. Стродбек), убеждения (М. Рокич), схемы (Н. Фэзер), критерии (Р. Уильямс), стандарты (М. Кон, К. Скулер), тенденции (Г. Хофстед), цели (Ш. Шварц) и когниции (Б. Верпланкен, Р. Холанд).

К. Клакхон (1951) дает следующее определение ценности: ценность – это осознанное или неосознанное, характерное для индивида или для группы представление о желаемом, которое определяет выбор целей с учетом возможных средств и способов действия [10]. Ф. Клакхон и Ф. Стродбек (1961) определяют ценности как сложные, определенным образом сгруппированные принципы, придающие стройность и направленность разнообразным мотивам человеческого мышления и деятельности в ходе решения общих человеческих проблем [11]. Согласно М. Рокичу (1973), ценность – устойчивое убеждение, что определенный способ поведения или существования есть индивидуально или социально предпочтительный перед или наряду с каким-либо иным способом поведения или существования в аналогичной ситуации [12].

Согласно Р. Уильямсу (1979), ценности – это критерии желательности [13]. М. Кон, К. Скулер (1983) дают похожее определение ценностей как стандартов желательности [14]. Г. Хофстед (1980) понимает ценности как широкие тенденции предпочитать определенные положения дел по сравнению с другими. Ценности ориентируют человека в том, какое поведение допустимо, а какое – нет [15]. М. Хечтер (1993) указывает, что ценности – относительно общие и прочные внутренние критерии оценки [16].

Н. Фэзер (1995) понимает ценности как абстрактные структуры или схемы, которые можно представить в виде ассоциативной сети, где с каждой центральной ценностью связано множество взглядов и убеждений [17].

Ш. Шварц (1994) рассматривает ценности как желаемые трансситуативные цели, различные по важности, служащие руководящими принципами в жизни людей [18]. Для Б. Верпланкен, Р. Холанд (2002) ценности – это

когниции, которые могут определить ситуацию, выявить цели и дать руководство к действию [19].

Большинство западных ученых сходятся на том, что отличительной чертой ценностей является их оценочный характер, то, что они указывают на желаемое или предпочитаемое положение дел [10; 12; 13; 14; 15; 18]. Также некоторые ученые указывают на обобщенный характер ценностей, их тесную связь с самооценкой [17], влияние на поведение [12; 18]. Наконец, ценности вызывают сильные положительные и отрицательные эмоции [12] и тем самым вносят существенный вклад в эмоциональные переживания [10].

Б. Робертс и Р. Робин описывают ценности как часть системы мотивации человеческой личности. На вершине этой иерархической системы находится глобальное стремление к определенному мировоззрению. На следующем уровне находятся ценности, которые, в свою очередь, включены в жизненно важные цели, такие как построение карьеры и отношений. На еще более низком уровне располагаются контекстуальные цели, такие как личные устремления [20].

Наше эмпирическое исследование базовых ценностей студентов проводилось с применением опросника Ш. Шварца [21]. Респондентами выступили 50 студентов БГУ в возрасте от 19 до 20 лет (20 парней и 30 девушек). В этот период происходит интенсивное самоопределение личности, в частности, в сфере ценностей. Молодые люди выбирают ценности и реализуют их в жизненную стратегию, ведущую жизненную линию, принимают те нормы и идеалы, которым будут стараться соответствовать.

Нами получены следующие результаты. Среди терминальных ценностей наиболее значимы безопасность семьи, истинная дружба, свобода, внутренняя гармония и самоуважение. Также большое значение для студентов имеют смысл жизни, зрелая любовь и право на уединение (эти ценности занимают 6, 7 и 8 места соответственно). Таким образом, семейные ценности, безопасность семьи занимают прочные лидирующие позиции в структуре ценностных ориентаций молодых белорусов. Однако в это время многие студенты избавляются от опеки семьи, родителей и погружаются в среду сверстников, именно поэтому важными становятся свобода, друзья, самоуважение, любовь. Свобода характеризуется способностью человека действовать в соответствии со своими интересами и целями, возможностью выбирать свою линию поведения в различных обстоятельствах, что для студентов крайне важно. Они пытаются найти смысл жизни и внутреннюю гармонию, избавиться от опеки родителей, поэтому и отстаивают свое право на уединение.

Наименее значимы следующие ценности: социальный порядок (стабильность общества), мир красоты (красота природы и искусства), единство с природой (слияние с природой), авторитет (право быть лидером или командовать), социальная сила (контроль над другими, доминантность) и измен-

чивая жизнь (жизнь, наполненная проблемами, новизной и изменениями) – эти ценности располагаются с 25 по 30 место соответственно.

Среди инструментальных (они выражены в виде прилагательных) лидирующими ценностями являются здоровый, целеустремленный, умный, самостоятельный и ответственный (1–5 места).

Наименее важны такие ценности, как влиятельный, защищающий окружающую среду, благочестивый, принимающий жизнь, послушный (эти ценности располагаются с 23 по 27 место соответственно). В данном случае можно увидеть протестный и бунтующий дух, что типично для молодежи, которая не хочет быть послушной, благочестивой.

Ценности, по С. Шварцу, объединяются в десять мотивационных типов. Ранг от 1 до 3, полученный соответствующими типами ценностей, характеризует их высокую значимость для испытуемых. Ранг от 7 до 10 свидетельствует о низкой значимости соответствующих ценностей. Как мы можем увидеть, наибольшей значимостью для студентов обладают ценности самостоятельности, доброты и достижений, наименьшей – стимуляции, власти и традиций.

Таблица

Мотивационные типы ценностей

Тип ценностей	Ранг
Самостоятельность (самостоятельность мысли и действия)	1
Доброта (сохранение и повышение благополучия близких людей)	2
Достижения (личный успех в соответствии с социальными стандартами)	3
Безопасность (безопасность и стабильность общества, отношений и самого себя)	4
Гедонизм (наслаждение или чувственное удовольствие)	5
Конформность (сдерживание действий и побуждений, которые могут навредить другим и не соответствуют социальным ожиданиям)	6
Универсализм (понимание, терпимость и защита благополучия всех людей и природы)	7
Стимуляция (волнение и новизна)	8
Власть (социальный статус, доминирование над людьми и ресурсами)	9–10
Традиции (уважение и ответственность за культурные и религиозные обычаи и идеи)	9–10

На первый план в молодежном сознании выдвигаются ценности индивидуалистического характера, связанные с практическим успехом и достижением личного благополучия, с усиливающейся ориентацией на независимость и личную свободу. Сегодня происходит атомизация молодежного сообщества, распад его на отдельные индивидуумы. Молодые люди хотят выделяться среди других, быть яркой индивидуальностью, а не жить, как все. При этом исследователи отмечают, что за последние 10 лет ориентированность молодежи на современные ценности индивидуализма, достижений, самостоятельности и конкурентоспособности усилилась [22]. Важен личный успех, личная ответственность, самостоятельность мышления и выбора способов действия в творчестве и исследовательской активности, автономность и независимость.

Даже появление на втором месте доброты не меняет ситуации, так как эта ценность связана исключительно с благополучием близких людей, т. е. доброжелательность и стремление к позитивному взаимодействию с людьми, с которыми индивид находится в непосредственных личных контактах, в отличие от универсализма, направленного на защиту благополучия всех людей и природы.

Однако личный успех не связывается со стремлением достичь высокого социального статуса и престижа, контроля или доминирования над людьми, с попаданием во властные структуры. То, что респонденты практически не рассчитывают на помощь институтов публичной власти, защищает их от возможного разочарования. Однако государственные институты оказываются на периферии ожиданий молодежи, и это может иметь не очень хорошие последствия. Не чувствуя себя зависимыми от государства или обязанными ему, молодые люди не рассчитывают делать какой-то вклад в функционирование публичных институтов. Представление о том, что человек в реализации жизненных целей обязан только самому себе, является эффективной установкой для достижения индивидуальных целей. Однако в контексте социальной интеграции, солидарности такая идея представляется деструктивной [23]. Также студенты не особенно уважают и принимают обычаи, традиции и идеи в культуре и не следуют им, хотя и не стремятся к новизне.

Таким образом, наши данные согласуются с результатами других российских и белорусских исследований в отношении доминанты «прагматических», а не «романтических» ориентаций. Кризисные проявления в социально-экономической сфере, затронувшие и нашу страну, порождают атмосферу неустойчивости жизни, усиливается недоверие к социальным институтам. Молодежь демонстрирует склонность к индивидуализму, что помогает ей быстро адаптироваться в новых ситуациях [3]. Таким образом, исследование подтверждает превалирование в молодежной среде индивидуалистских ценностей, что соответствует общей «рыночной» тенденции развития общества.

Анализ жизненных ценностей имеет не только теоретический интерес. Результаты исследования могут способствовать разработке более продуктивной социальной политики, пригодятся в психологическом консультировании и психотерапии, при диагностике психологических трудностей и оказании психологической помощи, если проблемой клиента является кризис, связанный с жизненными ценностями.

Библиографические ссылки

1. Гришкова, С. С. Ценностные ориентации российского общества и роль СМИ в их формировании // Российское общество и социология в XXI веке : Социальные вызовы и альтернативы : материалы Междунар. науч. конф. «Ломоносов-2003». – М., 2003. – Т. 1. – С. 144–149.
2. Лапин, Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социолог. исслед. – 1996. – № 5. – С. 3–23.
3. Лихачева, С. Н. Ценностные ориентации белорусской молодежи в современных социально-экономических условиях // Молодежь – позитивная сила развития российского общества / под ред. А. А. Козлова. – СПб., 2009. – С. 162–166.
4. Артюшина, М. Н. Диагностика ценностных отношений // Вестн. С.-Петерб. ун-та. – 2010. – № 3. – С. 65–69.
5. Волков, Е. С. Психологические особенности развития ценностных ориентаций у студентов педвузов : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 ; Московский государственный педагогический институт им. В. И. Ленина. – М., 1983.
6. Бызова, В. М., Гиммельштейн, М. В. Доминирующие ценности учащихся и студентов Санкт-Петербурга / // Ананьевские чтения : Б. Г. Ананьев и комплексные исследования человека в психологии / под общ. ред. Л. А. Цветковой, Л. А. Головей. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. – С. 26–27.
7. Братусь, Б. С. К изучению смысловой сферы личности // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 1981. – № 2. – С. 46–56.
8. Ганькова, З. А. Ценностные ориентации представителей городского и сельского населения Северо-Западного региона России // Вестн. интегративной психологии. – 2009. – № 7. – С. 73–74.
9. Бобнева, М. И. Ценностные приоритеты личности и группы. – М., 1995.
10. Kluckhohn, C. Values and value orientation in the theory of action // Toward a General Theory of Action / T. Parsons, E. A. Shils. – New York. – 1951. – P. 388–433.
11. Kluckhohn, F., Strodtbeck, F. Variations in value orientations. – Westport, 1961.
12. Rokeach, M. The Nature of Human Values. – New York, 1973.
13. Williams, R. M. Jr. Change and stability in values and value systems : A sociological perspective // Understanding Human Values. – New York, 1979. – P. 15–46.
14. Kohn, M. L., Schooler, C. Work and Personality : An Inquiry into the Impact of Social Stratification. – Norwood, 1983.
15. Hofstede, G. Culture's Consequences : International Differences in Work-related Values. – Beverly Hills, 1980.
16. Hechter, M., Nadel, L., Michod, R. E. Value research in the social and behavioral sciences // The Origin of Values. – New York, 1993. – P. 1–28.

17. *Feather, N. T.* Values, valences, and choice : The influence of values on the perceived attractiveness and choice of alternatives // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1995. – Vol. 68. – P. 1135–1151.
18. *Schwartz, S. H.* Are there universal aspects in the structure and contents of human values? // *Journal of Social Issues*. – 1994. – Vol. 50. – P. 19–45.
19. *Verplanken, B., Holland, R. W.* Motivated decision making : effects of activation and self-centrality of values on choices and behavior // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 2002. – Vol. 82. – P. 434–447.
20. *Roberts, B. W., Robins, R. W.* Broad dispositions, broad aspirations : The intersection of personality traits and major life goals // *Personality and Social Psychology*. – 2000. – Vol. 26. – P. 1284–1296.
21. *Карандашев, В. Н.* Методика Шварца для изучения ценностей личности : концепция и методическое руководство. – СПб. : Речь, 2004.
22. Молодежь новой России : образ жизни и ценностные приоритеты // М. К. Горшков [и др.]. – М. : Институт социологии РАН, 2007.
23. *Морозова, Т. И.* Ценностно-целевые установки молодежи (на материалах Белгородской области) // Молодежь – позитивная сила развития российского общества / под ред. А. А. Козлова. – СПб., 2009. – С. 181–184.

Король Наталья Валерьевна, аспирант кафедры психологии факультета философии и социальных наук БГУ.

Научный руководитель – кандидат психологических наук доцент кафедры психологии факультета философии и социальных наук БГУ О. Г. Ксенда.